

5. *Здоровега В.* Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Здоровега. — 2-ге вид., переробл. і доповн. — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.
6. *Іванов В. Ф.* Контент-аналіз: методологія і методика дослідження ЗМК : навч. посіб. / В. Ф. Іванов. — К. : ІСДО, 1994. — 112 с.
7. *Іванов В. Ф.* Контент-аналіз політичних новин як дієвий засіб моніторингу передвиборчої тематики в українських медіа / В. Ф. Іванов // Матеріали Всеукр. конф. [«Аналітичні центри України: можливості впливу на забезпечення чесних і прозорих виборів»], (Київ, 14—15 жовт. 2005 р.). — 2004.
8. *Іванов В. Ф.* Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / В. Ф. Іванов. — Черкаси : ЧДУ, 2003.
9. *Лизанчук В. В.* Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці : навч. посіб. / В. В. Лизанчук, О. Д. Кузнецова. — К., 1991. — 96 с.
10. *Різун В. В.* Основи журналістики у відповідях та заувагах / В. В. Різун. — К., 2004.
11. *Сороченко В.* Энциклопедия методов пропаганды. Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама [Электронный ресурс] / В. Сороченко // Библиотека Гумер — психология. — Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Article/Soroch_MetPropag.php. — Загл. с экрана.
12. *Шрейдер Ю. А.* О количественных характеристиках семантической информации / Ю. А. Шрейдер // НТИ. — 1963. — № 10. — С. 210.
13. *Ядов В. А.* Методологические проблемы конкретного социологического исследования: (Основные принципы марксистского конкретного социального исследования и методологический анализ эмпирического изучения мотивации труда) : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Ядов Владимир Александрович. — Л., 1967.
14. *Press.cv.ua* [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.press.cv.ua>. — Назва з екрана.

Валентина Стекольщикова

**ФІГУРАТИВНА ПРАКТИКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕЛОКУТИВНОСТІ
ТА ПРАГМАТИЧНА СКЛАДОВА
СУЧАСНОГО МЕДІАТЕКСТУ**

Статтю присвячено комплексному аналізу друкованих медіатекстів крізь призму сукупності викладу фактичного матеріалу, емоційно-експресивного забарвлення та використання найрізноманітніших за-

собів образності з метою підвищення ефективності впливу журналістського тексту на аудиторію.

Ключові слова: друкований медіатекст, засоби образності, тропи, комунікативно-стилістична модель.

Статтю посвячено комплексному аналізу печатних медіатекстів сквозь призму совокупності изложения фактического материала, эмоционально-экспрессивного наполнения, использования самых разнообразных средств образности с целью повышения эффективности влияния журналистского текста на аудиторию.

Ключевые слова: печатный медиатекст, средства образности, тропы, коммуникативно-стилистическая модель.

The article is devoted to the complex analysis of the printed media texts in the light of presenting the combination of actual material, emotionally-expressive colouring and use of various means of imagery to increase the efficiency of journalistic text influence on the reader.

Key words: printed media text, means of imagery, tropes, communicative-stylistic model.

Сучасна українська журналістика проходить етап поглиблення, удосконалення стандартів фахової діяльності, тому проблема ефективного використання фігуративної практики як засобу підвищення якості журналістського матеріалу, реалізації її функцій є актуальною сьогодні. Дослідження фігуративних компонентів журналістського тексту передбачає ґрунтовне вивчення особливостей функціонування виражальних засобів у структурі текстотворчої діяльності загалом і журналістики зокрема.

Питання про можливість, доцільність, роль і функціональні особливості образності в системі жанрів публіцистичної свідомості, навколо яких у другій половині ХХ ст. велися численні дискусії, так і залишаються малодослідженими. У журналістикознавчій методології переважає вибірковий підхід до аналізу таких образних компонентів, як образні фігури.

Мета роботи полягає у встановленні специфіки функціонування фігуративних одиниць на основі врахування особливостей відображення дійсності в журналістському тексті.

Об'єктом дослідження виступають газетні тексти інформаційної, аналітичної та художньо-публіцистичної жанрових груп у сучасній пресі за період 2008—2011 рр. Вибір цього часового проміжку зумовлений потребою з'ясувати роль фігур як феномену сучасного виражального дискурсу, як системи сугестивного впливу в сучасному хронотопі.

Джерельна база: газети «Рідне Прибужжя», «Вечерний Николаев», «Южная правда», «Николаевские новости», «Родной причал», «Щотижня», «Вісник Прибужжя».

Предметом дослідження стало функціонування фігуративної практики в сучасному друкованому медіатексті.

Методи дослідження. У процесі дослідження використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні методи, серед них: індукції, дедукції, порівняльно-історичний, генетичний, контент-аналізу, системно-структурний та системно-функціональний.

Методологічна база. Теоретико-методологічною основою дослідження стало широке коло журналістикознавчих праць українських та зарубіжних науковців — І. Артамонової, Р. Бухарцева, В. Владимірова, В. Галича, В. Здоровеги, М. Кіма, С. Корконосенко, О. Кузнецової, Ю. Лазутіної, В. Лизанчука, Л. Майданової, А. Мамалиги, І. Михайлина, А. Москаленка, Л. М'ясянкіної, В. Різуна, В. Святювця, Р. Слободянюк, С. Сметаніної, О. Тертичного, В. Ученової, В. Шкляра, М. Яцимірської та ін. Однак теорія функціонування художньої системи журналістського тексту перебуває у стадії формування.

Рівень генерації та роль образних фігур неоднакові в різних жанрових групах журналістських текстів. Їх використання залежить від призначення, функцій, вимог, норм жанрів та етичних принципів журналістики. Образне мислення в системі журналістського тексту є ситуативною системою [1, с. 79].

Фігуративна практика інформаційної групи не репрезентує глибокого проникнення у психологічні процеси, не спрямовує інформацію на пізнання онтологічної сутності буття; це лише окремі суб'єктивні акценти. Вони не виступають основними актуалізаторами композиційно-сюжетного та ідейно-тематичного аспектів, функціонують як допоміжні, а не визначальні засоби архітектоніки тексту.

В аналітичній жанровій групі активізовано у порівнянні з інформаційними жанрами ширшу палітру образних засобів, зокрема фігур. Складна організаційна структура на образному рівні характерна для рецензії, частково — статті, коментаря, огляду.

Образні фігури в художньо-публіцистичних жанрах створюють досить яскраву, оригінальну поетику. Для цієї групи характерний процес синтезування образних компонентів у складні дифузійні одиниці. Образна система в художньо-публіцистичних жанрах значною мірою окреслена, досконала. Образні фігури свідчать про посилення ролі

образного мислення у художньо-публіцистичній групі, виведення його як стильової ознаки.

Художньо-публіцистичні жанри не обмежуються однією-двома фігурами, вони «вимагають» сукупності предметно-чуттєвих форм зображення.

Тож фігура — це зворот мови, словесна конструкція, що формує хід думок автора, засіб надання висловлюваній думці особливої форми [3, с. 131—132].

Текст, у якому вдало вжита оригінальна фігуративна практика, поза сумнівом, вирає, вражає образністю та оригінальністю, затримує увагу на певних місцях тексту, сприяє якнайкращому засвоєнню його значення [4]. Знання тропів і фігур та вміння користуватися ними — необхідний елемент риторичного знання сучасного журналіста. В цьому випадку на допомогу автору приходять образна фігуративна практика, створена саме для прикраси, надання тексту яскравості та своєрідності.

Фігури виділення. Це фігури, утворені на співставленні слів у фразі. Найчастіше вони є різного виду повторами.

Анафора, або єдинопочаток (від грецьк. — виношу вгору, повторюю), — стилістична звукова фігура з фонічним забарвленням: на початку рядків повторюються окремі слова чи словосполучення з метою «рефренувати», підсилити їхнє звучання [2, с. 74]. Наприклад: «Та саме головне, на наш погляд, внутрішній стан. Його не передасть ані сторонній, ані техніка. Його лишень треба було відчутти безпосередньо»; «Суворий закон для злочинців. Суворий, але справедливий».

Епімона — повтор граматичних форм слова [3, с. 133]. Наприклад: «Студенти рік від року не змінюються. За класикою жанру вчити треба було б протягом семестру. Але споконвіку вчать вони у ніч перед екзаменами».

Повторюватися можуть слова, що знаходяться поруч на початку, в середині або в кінці висловлювання. Повторення одного й того ж слова підсилює його значення, підкреслює важливість конкретного моменту в тексті. Виділяють **лексичний повтор** — повторення у тексті всього заголовка в цілому, окремого слова чи слів, при цьому звертаючи увагу на смисл, закладений у назві, та **семантичний повтор** — вживання у тексті слів, близьких за значенням і смислом.

Наприклад: назва статті та висновок у кінці: «Високий політ мудрої жінки. Високий політ мудрої жінки не може не захоплювати».

Фігури синтаксису. Інверсія (від. лат. — переставляння, перевертання) — непрямий порядок слів у реченні. Стилістична фігура, яка має

на меті відхід від узвичаєної послідовності головних, другорядних членів та їх блоків з метою надання опорним словам у реченні інтонаційно особливого та логічно вигідного місця, що оптимально сприятиме їхній виразності, енергійності чи експресивності. Адже від розміщення слів у реченні залежать смислові акценти, якнайкраще донесення головної думки, її тонкощів.

Інверсія надає індивідуальності журналістському почерку та дозволяє відчувати спокійний, близький до усного мовлення, характер оповіді. Наприклад: «Надії, власне, тоді ніхто не відчував, хоча треба було б, адже вона вмирає останньою. Миколаївцям дайте нарешті зрозуміти вас, шановна владо!».

Антитеза (від грецьк. — протиставлення) — стилістична фігура, за допомогою якої зіставляються діаметрально протилежні, контрастні поняття, предмети, явища, думки [2, с. 80]. Вона надає тексту особливої виразності, медитативності. Дуже цікава, багата в плані виразності фігура. Наприклад: «Претензії люд має великі, а от можливості аж занадто малі»; «І на прикладі Грибеників влучно звучить народна приказка: «Очі бояться, та руки роблять».

Ампліфікація (від лат. — розширення, збільшення) — стилістичний прийом, який підсилює особливе насичення думки синонімами, епітетами, однорідними членами речення, повторами синтаксичних конструкцій, риторичних фігур [2, с. 70]. Ампліфікація сприяє посиленню виразності та експресивності мовлення. Наприклад: «Та саме моя співрозмовниця — заступник голови обласної ради, прекрасна представниця кращої половини людства Олена Іванівна Симоненко сповна наділена природними якостями сильної української жінки: самостійністю, гідністю, розсудливістю, відданістю та доброзичливістю»; «Доля обдарувала цю жінку рідкісною чарівливістю, добротою, товариськістю, цілеспрямованістю й твердим характером».

Застосування синонімів допомагає підсилити головний смисл, а також відобразити головну думку різноманітно та всебічно.

Фігури мовномисленнєві. Перифраз (перифраза) — складний, метафорично насичений описовий вираз стилістичного характеру [2, с. 150]. Використовується у тих випадках, коли прямо не названо ім'я людини, предмета чи події, а стисло наводяться лише їхні найхарактерніші риси, ознаки, індивідуальні прикмети, за допомогою яких вони безпомилково впізнаються, відгадуються читачем. Перифраз сприяє уникненню повторів однакових чи схожих слів, надає реченню ма-

льовничості, образності та загадковості. В основі перифраза лежить порівнювальний, асоціативний аспект, близький до симфори, метонімії, що вимагає від автора спостережливого ока, особливої уяви, ніби прихованої виразності. Наприклад: «А зерновий магнат корабельного краю інколи змінює курс свого корабля... В політичному напрямку...».

Такий засіб, як іронія, нерідко трапляється у публіцистичних текстах, виступаючи у ролі авторської оцінки.

Іронія (від грецьк. — удаваність, насмішка) — фігура стилістики, найменша сатирична форма: прихована уїдлива насмішка, пов'язана з критичною оцінкою об'єкта висміювання [4, с. 134]. Головною ознакою іронії є її подвійний зміст, який полягає у запереченні того, що на початку фрази ніби стверджувалося. Наприклад: «Так, дійсно, шановні роботодавці, незамінних працівників немає, та є ті, що багатого варті».

Персоніфікація (прозопопея, уособлення) — різновид метафори, що переносить властивості, риси, ознаки живих істот, часто людей на явища природи, небесні тіла, предмети й абстрактні поняття, що сприяє їх оживленню [2, с. 41]. Надає опису динамізму, градації, яскравості. Наприклад: «Хоч стосовно ситуації, що склалася, серце і суперечить з розумом, та здоровий глузд осторонь не залишається».

Фігури, що виражають емоції (риторичні фігури). Подібні фігури підсилюють не лише виразність, а й логічний зміст мовлення.

Риторичними фігурами називаються фігури мовлення, побудовані на словесних зворотах, які мають умовно-діалогічний характер. Це фігури, що виражають емоції та посилюють не лише виразність мови, а й її логічність.

Риторичне запитання — стилістична фігура: одне чи декілька поставлених запитань, на які автор не дає прямої відповіді [2, с. 165].

Риторичне запитання співвіднесене з критерієм щирості: зовні — це спроба поставити запитання, не поставивши його. Використовується з метою привернути увагу читача до важливих, актуальних проблем, пов'язаних з розвитком твору, з його ідейно-тематичною основою.

Саме суперечність між тим, що передбачається як відповідь, і тим, що в цій якості пропонується, власне, і додає тропу риторичну функцію, забезпечуючи можливість несподіваних семантичних ходів. Наприклад: «Чи винен хто-небудь в цій війні? А що — винен! Винен, той хто не розуміє...».

Риторичне звертання не має на меті дійсного контакту з особою, предметом або явищем, до якого звертаються, і слугує лише для того,

аби повернути до нього увагу читача й висловити ставлення мовця. Наприклад: «Україно моя! Наснаги, впевненості, перемог!».

Риторичне звертання досить часто оформлює, «вводить» тему твору. Розглядаючи звертання таким чином, легко припустити, що очікуваний тип звертання диктується загальною атмосферою їх взаємин. На цьому тлі риторичне звертання класично розглядається як підвищено-емоційний прояв природних у тій або іншій ситуації почуттів.

Риторичний вигук — це вислів, що має підкреслено-емоційний характер і вводить переважно з метою затримати або зосередити увагу на якомусь з аспектів зображуваного.

Риторичний вигук дуже нагадує риторичне запитання за механізмом створюваного смислового ефекту. Різниця в тому, що при риторичному вигуку ніхто нікого і ні про що не питає: риторичний вигук є очікувана і зрозуміла присутнім реакція з того або іншого приводу — як би сама собою зрозуміла реакція. Наприклад: «Як чудово!.. Робота цілого колективу нічого не варта».

Риторичне заперечення — фігура поетичної мови, пов'язана із абсолютним відкиданням або частковим сприйманням якоїсь думки [2, с. 164]. Має форму відповіді на вірогідне припущення, думку уявного співрозмовника. Наприклад: «Не обіцянки, не сподівання, не очікування допомоги — лише власна посильна праця зможе нагодувати селянина».

У риторичному запереченні нерідко спостерігаємо заклик, веління чи пораду. Наприклад: «Не дивися на місяць весною, — Ясний місяць наглядач цікавий. Ясний місяць підслухач лукавий, Бачив він тебе часто зі мною».

Риторичне ствердження — фігура поетичного синтаксису, пов'язана із мотивацією правдивості, незаперечності висловлених поглядів, думок, суджень [2, с. 166]. Риторичне ствердження надає рядкам твору піднесеного, схвильованого настрою. Наприклад: «Я зроблю, я подолаю, я збудую, я допоможу... Чули ми не раз, і вкотре будемо чекати».

Дослідниця риторичних основ журналістики З. Смелкова у своїх працях виділяє ще й риторичне «ответствование» [3, с. 135].

Риторичне «ответствование» — фігура, яка полягає в тому, що автор ставить собі запитання, а потім сам же відповідає на них. Наприклад: «Чи діє програма енергоефективності та енергозбереження в місті Первомайську? В міськвиконкомі мені дали довідку: «Саме ця частина нашої роботи не дає нам спокою, адже з державного бюджету

щороку на забезпечення державних установ виділяється більше 9 мільйонів гривень, і з кожним роком, враховуючи зростання цін, ця цифра збільшується, але надалі осторонь проблеми енергозбереження залишатися ми не можемо і самотужки будемо шукати альтернативні виходи».

Проблема специфіки функціонування фігуративної практики у журналістських текстах належить до перспективних напрямів соціально-комунікативних досліджень. Підтвердженням тому є впливовеність цих одиниць як прагматичної константи з огляду на контекст повідомлюваного й ситуацію спілкування. Журналістика охоплює різні сфери комунікації, які позначаються на формальних ознаках виражальних засобів. Арсенал художніх прийомів багато в чому залежить від типу видання, аудиторного принципу та авторського потенціалу.

1. Москвин В. П. Тропы и фигуры: параметры общей и частных классификаций / В. П. Москвин // Филологические науки. — М., 2002. — № 4. — С. 75—85.
2. Святовец В. Ф. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури : [навч. посіб.] / В. Ф. Святовец. — К. : Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2003.
3. Смелкова З. С. Риторические основы журналистики / З. С. Смелкова. — 4-е изд., испр. — М. : Флинта ; Наука, 2006. — С. 131—135.
4. Яцимірська М. Г. Ефективність гіпертексту в масовому комунікуванні / М. Г. Яцимірська // Світові стандарти сучасної журналістики : зб. наук. пр. — Черкаси, 2010. — С. 569—572.

Олена Деяк-Якобишин

ЯВИЩЕ КОЛУМНІСТИКИ: ПРОДОВЖЕННЯ НАУКОВОЇ ДИСКУСІЇ

Стаття відображає теоретичні погляди автора на явище колумністики, пропонуючи нове її трактування.

Ключові слова: журналістика, колумністика, жанр, форма.

Статья отображает теоретические взгляды автора на явление колумнистики, предлагая новую её трактовку.

Ключевые слова: журналистика, колумнистика, жанр, форма.

In the article the theoretical sights of the author on the phenomenon of columnism are displayed, the new treatment of it is offered.